

Título del curso: *La imagen en la investigación social*

Tipo: Metodológico **Créditos:** 4 para doctorado (Curso de Contenido)

y Formación Permanente, 2 para maestrías

Fecha : 8 (15 a 19 hs), 9 (15 a 19 hs), 10 (15 a 19 hs), 11 (17 a 22 hs) y 12 (15 a 19 hs) de abril de 2019.

Cupo: 40 estudiantes

Carga Horaria presencial: 21 Horas

Profesor responsable: Dr. Cristian López Raventós

Docente referente institucional: Dr. Javier Romano

Destinatarios: Estudiantes de Doctorado, Maestrías y Formación permanente. Para las Maestrías en Psicología y Educación, Psicología Clínica y Psicología Social se ofrece como Optativo o puede convalidar con Metodología Cualitativa.

SE OFRECE A ESTUDIANTES DE GRADO: SI NO X

DESCRIPTORES: Investigación social; Audiovisual; Imágen; Fotografía; Documental

OBJETIVO GENERAL

El estudiante adquirirá los conocimientos teóricos y prácticos necesarios para analizar y producir material audiovisual en investigación social

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Analizar los elementos teóricos respecto a la recepción y producción audiovisual en Ciencias Sociales.
2. Aprender las diferentes formas metodológicas de utilización del material audiovisual en la Investigación Social.
3. Adquirir los conocimientos teóricos y prácticos necesarios para incorporar las herramientas audiovisuales a sus respectivas investigaciones y proyectos.
4. Ser capaces de producir material audiovisual para la exhibición pública

TEMARIO

1. El papel de la imagen en Ciencias Sociales
2. Las herramientas audiovisuales en la Investigación Social
3. La fotografía como herramienta y producto de investigación
4. El documental como herramienta y producto de investigación
5. Las producciones artísticas y la investigación social

Bibliografía:

1. El papel de la imagen en Ciencias Sociales

Cabrera, M. y Guarín Martínez, O. (2012). Imagen y ciencias sociales: trayectorias de una relación, *Memoria y Sociedad*, (16), 33, 7-53.

Ardèvol, E. (1998). Hacia una antropología de la mirada. *Revista de Dialectología y Tradiciones Populares*, (LIII), 2, 219-240.

2. Las herramientas audiovisuales en la Investigación Social

Miguel, J. (2003). El ojo sociológico. *Reis. Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, (101), 49-88.

Barboza, A. (2006). Sobre el método de la interpretación documental y el uso de imágenes en sociología: Karl Mannheim, Aby Warburg y Pierre Bourdieu, *Sociedade e Estado*, 21(2), 391- 414.

3. La fotografía como herramienta y producto de investigación

Freund, G. (1994). La fotografía como documento social. Barcelona: Gustavo Gili.

Bourdieu, P. (1990). *Un arte medio*, Gustavo Gili: Barcelona.

De Miguel, J., & De León, O. (1998). Para una sociología de la fotografía. *Reis*, (84), 83-124.

4. El documental como herramienta y producto de investigación

Aumont, J., Bergala, A., Marie, M. y Vernet, M. (1989). *Estética del cine. Espacio filmico, montaje, narración, lenguaje*. Paidós: Barcelona.

Bateson, G. & Mead, M. (1942). *Balinese Character: A Photographic Analysis*. New York Academy of Sciences, Special Publications, 2.

De Brigard, E. (1975). *The History of Ethnographic Film. Principles of Visual Anthropology*. P. Hockings, (Ed.) The Hague: Mouton Publishers.

5. Las producciones artísticas y la investigación social

Brea, J. L. (2005). *Estudios Visuales. La epistemología de la visualidad en la era de la globalización*. Madrid: Akal.

Prada, J. M. (2015). *Prácticas artísticas e internet en la época de las redes sociales*. Barcelona: Akal.

Evaluación

1. Asistencia (10%).
2. Lectura de textos (40%).
3. Propuesta de trabajo (50%).

Admite reelaboración: SI NO

Fecha de entrega:

Primer entrega: al mes de finalizado el curso

Segunda entrega: a los tres meses de finalizado el curso

Formato de entrega: El producto del curso será una propuesta teórica, metodológica o de análisis que incorpore la imagen en el proceso de indagación de los estudiantes. En ésta deberá detallarse desde qué perspectiva y en qué dimensión del proceso de investigación se incorporarían las imágenes. La extensión de la propuesta será de 5 páginas, tipo de letra Arial, tamaño 12, interlineado 1,5. La entrega se hará en formato digital a través del correo electrónico.